# 本移动餐厅主要服务于两类用户

用户一：高校大学生

愿望：在校大学生对于吃饭都希望能买到价格实惠又健康的食物。

消费观念：实惠、方便

消费行为：对比心理，对于学校超市、餐厅，种类单一，距离不足够近，很有可能失去购买意愿，对于外卖，不能保证食品质量，而且价格偏高，也需要一定的时间才能送达。

经济能力：由于生活费的限制，不能购买价格高的物品

学习能力：学生很容易因为长时间学习而懈怠、精神不集中，外出购买食物在不浪费时间的情况下既可以补充能量又可以放松心情，保证下节课的听课质量。

用户二：某水果种植园中的商家

痛处：传统的销售渠道已饱和、竞争激烈、受新兴电子商务冲击大，商品的流动和更新周期较长（压货、现金流受限）；

计算机能力：很一般，尤其不熟悉互联网和电子商务，无法利于其扩大销售渠道；

优势：丰富的产品经营经验，拥有成熟的产品供货渠道，且产品资源丰富，健康无污染，价格低廉。